



DAL CAMPO A MILANO

5 idee dai flagship di Milano da copiare in piccolo

Cosa fanno i grandi brand nei loro negozi del 2026 e la versione per un negozio specializzato, con il piano dei primi 30 giorni.

Gratuito · da usare e condividere

Velocità o scoperta: il negozio deve scegliere

Oltre il 40% di Gen Z e millennial dice che l'esperienza in negozio lo rende più propenso a comprare, mentre il 37% dei consumatori mette al primo posto la comodità (ICSC e McKinsey, 2026).

I flagship scelgono la scoperta e la rendono visibile. Per questo sono un buon laboratorio da osservare. Non servono 200 metri quadri e un architetto per copiarne l'idea: per ognuno dei cinque casi trovi una versione da negozio specializzato, da provare con poco.

L'OTTOCENTO, VIALE PIAVE

01

Far toccare

COSA FA IL GRANDE BRAND

Una materioteca: chi entra tocca essenze di legno, blocchi grezzi e sezioni dei mobili.

FUNZIONA PER

Arredo, tessuti, ottica, calzature, biciclette

IN PICCOLO, NEL TUO NEGOZIO

Un angolo campionario dove il cliente tocca e confronta, con la scheda di ogni materiale.

HOKA, BRERA

02

Creare un appuntamento

COSA FA IL GRANDE BRAND

Un run club settimanale che prepara i runner alle gare cittadine.

FUNZIONA PER

Sport, enoteche, librerie, ferramenta, giardinaggio

IN PICCOLO, NEL TUO NEGOZIO

Un appuntamento fisso, sempre lo stesso giorno: un'uscita, un corso, una degustazione, un laboratorio.

LIU JO CIRCLE, CORSO VITTORIO EMANUELE

03

Personalizzare davanti al cliente

COSA FA IL GRANDE BRAND

Un angolo dove si personalizzano i jeans con cristalli, ricami e laser, a partire da una consulenza.

FUNZIONA PER

Abbigliamento, gioielleria, ottica, pelletteria

IN PICCOLO, NEL TUO NEGOZIO

Un servizio su misura con una persona dedicata e un nome riconoscibile: l'incisione, l'orlo, la montatura, la regolazione.

POP MART, VIA DANTE

04

Dare un motivo per tornare

COSA FA IL GRANDE BRAND

Negozi pensati come esperienze dedicate ai propri personaggi da collezione.

FUNZIONA PER

Giocattoli, libri, profumi, vino, cartoleria

IN PICCOLO, NEL TUO NEGOZIO

Un calendario delle novità comunicato in anticipo, con un'uscita o un'edizione limitata al mese.

RALPH LAUREN, VIA DELLA SPIGA

05

Diventare una destinazione

COSA FA IL GRANDE BRAND

Il primo negozio dedicato alla casa, accanto al flagship, al bar e alla boutique bambino.

FUNZIONA PER

La libreria con il caffè, la bici con l'officina, l'enoteca con le serate

IN PICCOLO, NEL TUO NEGOZIO

Allargare di un passo, verso una categoria vicina che i tuoi clienti già cercano.

I primi 30 giorni

Scegli una sola idea, quella più vicina a quello che già fai. Fissa una data entro gennaio.

SETTIMANA	COSA FACCIO	CHI SE NE OCCUPA	FATTO
1	Scelgo l'idea e la data. Preparo lo spazio o il servizio.		
2	Lo dico ai clienti migliori, di persona o su WhatsApp. Lo metto su Instagram e sulla scheda Google.		
3	Prima edizione. Annoto chi viene e cosa chiede.		
4	Conto chi è tornato e chi ha comprato. Decido se renderla fissa.		

Come misuro

INDICATORE	PRIMA	DOPO 30 GIORNI
Clienti presenti all'iniziativa	–	
Clienti tornati entro un mese		
Nuovi contatti (WhatsApp, email)		
Recensioni nuove		

Dietro le quinte, non nelle installazioni

Il lavoro che i flagship fanno con un team intero, un negozio specializzato lo può fare con una persona e un assistente AI: gestire le prenotazioni dell'appuntamento fisso e i promemoria ai clienti, preparare le schede dei materiali, scrivere la bozza del calendario delle novità. Ogni testo passa da una persona prima di uscire.

TRE PROMPT PER PARTIRE

Da copiare e adattare

- 01 Sono un [tipo di negozio] a [quartiere]. Proponimi 5 idee di appuntamento mensile in negozio per i miei clienti, con costo basso e durata massima di un'ora.
- 02 Scrivi la scheda di questo materiale per un cliente non esperto, in 5 righe: [nome, origine, caratteristiche, cura].
- 03 Prepara un calendario delle novità per i prossimi 3 mesi con queste uscite: [elenco]. Per ognuna, un messaggio WhatsApp di massimo 200 caratteri.

Vuoi capire da dove partire nel tuo negozio?

Prenota la **Diagnosi MiRT**: 30 minuti in videochiamata, gratis. Prima guardiamo il tuo negozio da fuori (scheda Google, recensioni, sito, cosa dicono gli assistenti AI); in chiamata ti indichiamo i tre punti dove l'AI ti fa guadagnare tempo o clienti.

PRENOTA LA DIAGNOSI →

Vuoi tutti i trend? Scrivi **RADAR** sotto un nostro post e ti mandiamo il MiRT Radar 2027: 10 trend del retail specializzato, con la prima mossa per ognuno.

FONTI

1. [ICSC e McKinsey, Shopping in the Age of AI, aprile 2026](#)
2. [Design Diffusion, il flagship L'Ottocento, 23 marzo 2026](#)
3. [The Running Club, Hoka apre a Milano, 17 aprile 2026](#)
4. [Beyond the Magazine, Liu Jo Circle, 1 ottobre 2026](#)
5. [ItaliaOggi, Pop Mart fa il bis a Milano, 7 settembre 2026](#)
6. [MF Milano Finanza, Ralph Lauren primo home store, 18 aprile 2026](#)

Contenuto scritto con l'ausilio dell'AI con la supervisione di Gianluca Falduto.
Milano Retail Tour · info@milanoretailtour.com · +39 02 97376045 · Corso S.
Gottardo 18, Milano